



Délibération du Conseil métropolitain

**Séance du 08 février 2019**

**OBJET : AMENAGEMENT DU TERRITOIRE, RISQUES MAJEURS ET PROJET METROPOLITAIN**  
- Règlement Local de Publicité Intercommunal : Débat sur les Orientations Générales

Délibération n°

Rapporteur : Yannik OLLIVIER

## **PROJET**

Le rapporteur(e), Yannik OLLIVIER  
Donne lecture du rapport suivant,

**OBJET : AMENAGEMENT DU TERRITOIRE, RISQUES MAJEURS ET PROJET METROPOLITAIN** - Règlement Local de Publicité Intercommunal : Débat sur les Orientations Générales

**Exposé des motifs**

En application de l'article L 153-12 du Code de l'Urbanisme, un débat sur des orientations du projet doit être organisé au sein du Conseil métropolitain et des Conseils municipaux des communes membres.

Sont donc présentées, afin d'être débattues, les orientations générales du projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) de Grenoble-Alpes Métropole.

Ainsi, 6 orientations ont été définies, en collaboration avec les communes et en concertation avec les habitants :

- Une orientation générale : Préserver les identités paysagères de la Métropole qu'elles soient naturelles ou bâties
  - Préserver les qualités paysagères du territoire, tout particulièrement dans les secteurs sensibles
  - Conforter l'organisation polycentrique du territoire définie dans le PLUi ;
  - Limiter les dispositifs publicitaires dans les centres historiques et plus largement dans les cœurs de vie, les Parcs naturels régionaux, les plateaux et montagnes et sur les Trame Verte et Bleu ainsi que sur la trame noire;
  - Limiter l'impact visuel des dispositifs en définissant notamment un format d'affichage maximal ;
  - Préserver le cadre de vie des zones à vocation résidentielle ;
  - Promouvoir des dispositifs de qualité adaptés aux enjeux et à la diversité du territoire ;
  - Adapter les dispositifs publicitaires aux enjeux des secteurs protégés ;
  - Assurer la visibilité des activités touristiques ;
  - Limiter le recours aux dispositifs lumineux et numériques ;
- Trois orientations sectorielles sur des secteurs à enjeux
  - 1- Valoriser les cœurs historiques et les centralités de la Métropole :
    - Protéger le patrimoine et l'architecture;
    - Préserver les cœurs de vie, notamment les abords des établissements d'enseignements (école..);
    - Conforter l'expression citoyenne et institutionnelle ;
    - Promouvoir l'amélioration qualitative des dispositifs.
  - 2- Rendre lisibles et attractives les zones d'activités économiques et commerciales :
    - Mettre en cohérence les dispositifs publicitaire avec les besoins des usagers ;
    - Promouvoir la mutualisation des supports par le biais de matériels de Signalétique d'Information Locale (SIL) ;
    - Apaiser l'espace pour améliorer la lisibilité des dispositifs;
    - Rechercher l'intégration et l'esthétisme des enseignes.
  - 3- Améliorer l'image de la Métropole par les entrées de ville et les axes structurants :
    - Lutter contre la banalisation paysagère des axes que provoque la multiplication des dispositifs ;
    - Adapter les formats à l'échelle de l'axe en cohérence avec le paysage et le public visé.

- Deux orientations thématiques :

1- Promouvoir l'expression publique et citoyenne:

- Promouvoir l'expression citoyenne dans le respect de la diversité des territoires ;
- Permettre l'expression publique ;
- Favoriser l'intégration architecturale des dispositifs dans leur environnement.

2- Encadrer le développement des nouvelles technologies d'affichage :

- Limiter le recours aux dispositifs lumineux et numériques;
- Interdire les dispositifs numériques et lumineux à proximité des espaces sensibles (enseignements...);
- Assurer l'extinction nocturne des dispositifs;
- Réduire la luminance en journée ;
- Limiter les consommations énergétiques ;
- Préserver les corridors noirs ;
- Concilier les enjeux de sécurité routière avec le développement des dispositifs numériques.

**En conséquence, il est proposé au Conseil métropolitain**

Vu l'article L5217-2 du Code Général des Collectivités Territoriales

Vu le décret 2014-1601 du 23 décembre 2014 portant création de la métropole dénommée «Grenoble-Alpes Métropole»

Vu la Loi n° 2014-58 du 27 janvier 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles ;

Vu le Code de l'urbanisme, notamment l'article L. 153-12 ;

Vu le Code de l'Environnement, les articles L 581-1 et suivants et notamment l'article R 581-72 et suivants relatifs à l'élaboration des Règlements Locaux de Publicité;

Vu la délibération du Conseil métropolitain, en date du 6 juillet 2018, prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) de Grenoble-Alpes Métropole, définissant les objectifs poursuivis, les modalités de concertation préalable et de collaboration avec les communes membres ;

Vu les orientations générales du projet de RLPi annexées à la présente délibération.

Après examen de la Commission Territoire Durable du 18 janvier 2019, et après en avoir débattu, le Conseil métropolitain :

- Prend acte de la présentation des orientations générales du projet de Règlement Local de Publicité intercommunal de Grenoble-Alpes Métropole (RLPi) et du débat qui s'est tenu.